

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *INTENTION TO REVISIT* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA HOTEL
SHANGRI-LA DI SURABAYA**



OLEH:

ANI HARTANTI

3103013149

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2018**

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *INTENTION TO REVISIT* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA HOTEL
SHANGRI-LA DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

**OLEH:
ANI HARTANTI
3103013149**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *INTENTION TO REVISIT* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA HOTEL
SHANGRI-LA DI SURABAYA**

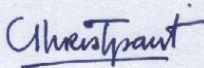
Oleh:

Ani Hartanti

3103013149

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti., MM., CPM (AP)

Tanggal: 10.1.2018

Pembimbing II,



Arini, SE. MM.

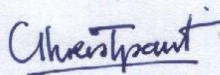
Tanggal: 10/2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Ani Hartanti NRP: 3103013149

Telah diuji pada tanggal 24 Januari 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti., MM., CPM (AP)

NIK. 311.89.0163

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Edoyicus Lasdi, MM., Ak., CA
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc
NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ani Hartanti

NRP : 3103013149

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* Terhadap
Intention To Revisit Melalui *Customer Satisfaction* Pada
Hotel Shangri-La Di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Januari 2018

Yang menyatakan



(Ani Hartanti)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh Product Quality dan Service Quality terhadap Intention To Revisit melalui Customer Satisfaction pada Hotel Shangri-La di Surabaya”. Tugas akhir bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, membagikan ilmu pengetahuan, memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Arini, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, membagikan ilmu pengetahuan, memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM selaku Dosen Wali yang telah membimbing saya selama masa studi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
7. Orang tua, saudara, dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
8. Tim Asdos Pelatihan Alat Statistik yang banyak memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Keluarga Besar Rumpun Pemasaran Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
10. Teman-teman seperjuangan yang saling mendukung.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang membangun demi menyempurnakan penyusunan skripsi ini agar kedepannya lebih baik lagi. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 5 Januari 2018

Ani Hartanti

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah Dan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstrak.....	xii
Abstract.....	xiii
 BAB 1. PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.5. Sistematika Penulisan.....	13
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian Terdahulu.....	15
2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1. <i>Product Quality</i>	17
2.2.2. <i>Service Quality</i>	18
2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i>	20

2.2.4.	<i>Intention To Revisit</i>	23
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	24
2.4.	Model Penelitian.....	27
2.5.	Hipotesis.....	27
BAB 3.	METODE PENELITIAN	29
3.1.	Desain Penelitian.....	29
3.2.	Identifikasi Variabel.....	29
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5.	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	34
3.6.	Pengukuran Variabel.....	34
3.7.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.8.	Teknik Analisis Data.....	36
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1.	Karakteristik Responden.....	42
4.2.	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	42
4.3.	Uji Asumsi SEM.....	48
4.3.1	Uji Normalitas.....	48
4.3.2	Uji Validitas.....	50
4.3.3	Uji Reliabilitas.....	51
4.4.	Persamaan Struktural.....	51
4.5.	Uji Keseluruhan Model.....	52
4.6.	Pengujian Hipotesis.....	53
4.7.	Pembahasan.....	54
BAB 5.	SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1.	Simpulan.....	59
5.2.	Saran.....	60

DAFTAR KEPUSTAKAAN
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	16
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.2. Interval Rata-Rata Skor.....	43
4.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	43
4.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	45
4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	46
4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Intention To Revisit</i>	47
4.7. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	48
4.8. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	49
4.9. Uji Validitas.....	50
4.10. Uji Reliabilitas.....	51
4.11. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	52
4.12. Pengujian Hipotesis.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4. Model Penelitian.....	27
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2a	Jawaban Responden tentang <i>Product Quality</i>
Lampiran 2b	Jawaban Responden tentang <i>Service Quality</i>
Lampiran 2c	Jawaban Responden tentang <i>Customer Satisfaction</i>
Lampiran 2d	Jawaban Responden tentang <i>Intention To Revisit</i>
Lampiran 3	Statistik Deskriptif Variabel
Lampiran 4	Uji Normalitas
Lampiran 5	Output SEM
Lampiran 6	Path Diagram <i>Estimates</i>
Lampiran 6	Path Diagram T-values
Lampiran 6	Path Diagram <i>Standardized Solution</i>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap *Intention To Revisit* melalui *Customer Satisfaction* pada Hotel Shangri-La di Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden pengguna jasa Hotel Shangri-La di Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan program LISREL.

Hasil penelitian ini membuktikan: (1) *Product Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, (2) *Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, (3) *Customer Satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *Intention To Revisit*, (4) *Product Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Intention To Revisit* melalui *Customer Satisfaction*, (5) *Service Quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Intention To Revisit* melalui *Customer Satisfaction*.

Kata Kunci: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Intention To Revisit*

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Product Quality and Service Quality to Intention To Revisit by Customer Satisfaction to Hotel Shangri-La in Surabaya. This research uses causal research. Sampling technique using simple random sampling by purposive sampling. The sample used is 150 respondents Hotel Shangri-La users in Surabaya. Data analysis technique used is Structural Equation Model by using LISREL program.

The result of the study indicate that: (1) Product Quality significantly influence on Customer Satisfaction, (2) Service Quality significantly influence on Customer Satisfaction, (3) Customer Satisfaction significantly influence on Intention To Revisit, (4) Product Quality has a significant positive impact on Intention To Revisit through Customer Satisfaction, (5) Service Quality does not significantly influence on Intention To Revisit through Customer Satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Intention To Revisit